大数据背景下媒体融合创新与发展

摘　要：在全球经济不断发展的背景下，信息技术发展速度是非常快的。新媒体是一种利用信息技术发展的新兴媒体。由于受到不同因素的影响，以及信息技术具有多样性的基本特征，因此，我国对新媒体并没有明确的定义，但是随着其在生活中得到广泛应用，已经受到社会各行各业的关注。本文仔细分析大数据背景下媒体融合与发展的具体策略，以供参考。

关键词：大数据；背景；媒体融合；创新；发展

中图分类号：G206.2　　文献标识码：A

文章编号：1671-0134（2018）05-050-02　　DOI：10.19483/j.cnki.11-4653/n.2018.05.008

文 / 王丹婕

前言

大数据时代，就是信息量巨大的时代。在这个时代，每天都会产生大量的数据，社会各行各业利用这些数据信息，可以促进其发展。人们在大数据时代，自身的活动以及其他方面的内容都以数据的方式存在。由于大数据时代的出现，社会许多行业都受到影响，尤其是传统媒体，受到较大的冲击力。在大数据背景下，想要促使新媒体与传统媒体进行融合，必须要根据现代社会的发展情况，采取合适的方法，以免影响媒体融合的创新与发展。

1. 大数据背景下媒体融合创新与发展的具体策略

1.1 改变传统的发展观念，加强网络意识

媒体融合是相对复杂的，不只是建立微信公众号、微博账号、网上评价以及客户端等。传统媒体与新兴媒体在多个方面存在差距，主要体现在两个方面，分别是思维建设模式和思维发展模式。为了可以将两者进行融合，需要结合实际情况，适当改变发展观念，加强网络意识，彻底打破传统的思维发展与思维建设模式，利用网络力量，有效促进传统媒体与新兴媒体的结合。其中，网络思维是指在网络技术迅速发展的背景下，仔细审视传统媒体与新兴媒体的发展、融合以及运营。其核心内容是尽可能满足用户的实际需求，开放有效资源进行共享，加强不同媒体之间的合作交流[1]。从具体的角度分析，首先，加强对新兴媒体的了解，学习有关新兴媒体的各方面知识，比如，发展模式、传播途径、以及销售手段等。准确抓住消费者实际需求，了解受众的大致需求、生活习惯以及个性化要求等，在这个基础上适当调整新兴媒体的呈现方法、传播方法、传播内容以及传播形态等。然后，促进内部进行改革，科学合理地设置各个部门。按照媒体融合的实际需求，建立统一化的新兴媒体采编与制作平台，改变现有的新闻采编具体流程和采编内部系统。最后，培养专业的媒体融合人才。按照媒体融合的需求和特点培养高素质的专业人才，为媒体融合发展提供坚实的基础。

1.2 优化资源，制定多样化的经营模式

媒体融合，简单来说，就是将传统媒体与新媒体进行结合。在媒体融合中，优化媒体资源是不可忽视的重要组成部分。通过优化资源，可以体现出传统媒体与新兴媒体自身的优势，有效弥补两者之间存在的问题，吸收优秀的资源，促进传统媒体与新兴媒体的结合。在内容建设方面，传统媒体占有一定的优势，但是在技术方面，新兴媒体具备优势。只有将两种媒体进行结合，才可以提高媒体的作用。同时，必须要适当改变传统媒体传播新闻方式过度单一的现状，发展不同的经营方式。首先，投放合适的广告。基于大数据背景下，传播环境出现变化、需要适当调整广告的经营方法，积极思考有探究性的问题，比如，广告发行、定位广告以及组织广告等。然后，发展付钱阅读模式，仔细挖掘新闻的潜在价值和商品实质，推广宣传付钱阅读模式，提升媒体工作人员的工资，从根本上实现良好的运营循环。最后，社会服务活动。合理利用大数据背景下的各种优势，比如，信息技术、传播平台以及资源信息等，积极开展社会服务活动，符合社会发展的基本要求，加强媒体在各个方面的影响力。

1.3 创建合适的媒体平台

众所周知，传统媒体平台缺乏多样性，较为单一，主要包括电视、报纸以及广播等。当前，以网络技术为平台，数字技术为基础的新兴技术，把传统媒体与新兴媒体进行结合，将网页版、智能手机终端系统以及印刷版融合为一体。在新媒体环境下，想要增强市场竞争优势，最佳的方法是用“平台型媒体”代替“内容供应商”，这种“平台型媒体”不仅拥有媒体的权威性和专业性，而且可以面向所有的学生进行开放，实现平台的有用价值，使不同类型的媒介在传播中，既构建属于自己的品牌，提高传播效果，又体现其个性[2]。但是许多媒体对使用平台和创建平台，并没有建立固定的模式。然而无论什么终端或者平台，不仅要求其具有媒介自己运营的价值特点，而且可以在媒介运营时满足不同受众群体的阅读爱好。通常，创建平台的时候，务必要结合媒体的整体

情况和运营方式。媒介平台是增强媒体社会影响力的重要工具，也是保证媒体正常运营的主要技术终端。其整个行为过程是在无形中形成对某个特殊媒体平台的阅读依赖性。

1.4 找准定位，掌握传统媒体的本质

基于大数据背景下，新媒体发展速度是非常迅速的，对人们的日常生活产生重大的影响。在这种情况下，媒体工作人员要及时找准定位，掌握传统媒体的本质，确保其与新媒体进行完美融合。首先，合理运用系统思维，从视觉方面仔细分析传统媒体。对于系统思维而言，考虑到全媒体的预警，需要根据现代社会的特点，从宏观的角度出发，找到属于自身的媒介定位，以便于传统媒体在现代社会中作出准确定位[3]。同时，在系统思维中，以满足广大受众的信息需要为根本，正确指导传统媒体的转型过程。想要确保定位符合媒体，必须要考虑受众的实际需求，不能脱离受众。

1.5 建立不同的经营方式，有效利用传统媒体资源

现如今，尽管新媒体尚未完全代替传统媒体，但是对传统媒体产生强烈的冲击力和影响力。作为传统媒体，想要发展得越来越好，必须根据实际情况，建立不同的经营方式，实现传统媒体经营方式的多样化。作为新媒体，其经营方式不是单一的，而是多元化。所有的受众都可以成为新媒体的建造者，使新媒体有更加广阔的消费市场。将新媒体和传统媒体进行比较，有助于发挥传统媒体的资源。对于传统媒体而言，其具有一些独特的优势，是新媒体不具备的。比如，其资源具有绝对的权威性、完整性。若传统媒体可以充分利用自身的优势，使传播渠道变得多样性，结合网络技术和大数据展示的信息，寻找到正确的发展方向和固定的受众群体，可以帮助传统媒体增加经济效益和社会效益，并且发展得越来越好。

1.6 改变传播方式，积极开发受众群体

当前，我国传统媒体的主要传播媒介是电视、广播、报纸以及录音机等，主要受众是听众和读者，接受信息状态不是稳定的，而是处于波动的状态。因此，在大数据背景下发展新媒体的传播方式，就是突显传统媒体的传播方式是相对落后的，从而降低传统媒体的价值，使其遭受重大的压力与挑战[4]。基于大数据下，想要实现新媒体与传统媒体进行融合，必须要适当调整传统媒体的传播方式，不断扩大受众范围。作为传统媒体，可以利用新媒体的先进技术，加强自身的技术水平，开发出更多的传播方式。比如，传统媒体中的报纸，其传播方式不只是利用纸质进行发行，还可以建立属于自己的网站平台，实时发布新闻信息；可以利用微信公众号，发布信息；利用微博账号，发布重要新闻，与网友进行沟通交流。总体来说，在大数据背景下，传统媒体要在短时间内适应新媒体的传播语境，尽可能满足受众的各种要求，这是新媒体与传统媒体进行融合的基础。

1.7 发挥传统媒体的特点，建立传统媒体的独特优势

与新媒体相比之下，传统媒体在多个方面是相对落后的，尤其是传播方式上，新媒体有多元化的传播方式，但是传统媒体的传播方式是单一的[5]。然而，传统媒体中有些优势是新媒体不能代替的，根据有关数据显示，尽管传统媒体的传统方式单一，但是这种单一的媒介有较强的针对性，可以满足大多数听者和读者的要求。此外，通过新媒体的网站平台，可以不断扩大传统媒体的传播领域，使更多的受众可以了解传统媒体的优势，加快传统媒体和新媒体的融合。

1.8 实现资源共享，构建传统产业链

随着新媒体的不断发展，网络技术和物联网发展速度是非常迅速的，在一定程度上拉近人与人之间的距离，加强彼此间的关系。负责传统媒体信息的主体是受众，所以，新媒体高度重视互动性。通过全媒体的形式，可以让每个受众都可以通过新媒体，将自己的所见所闻实时传播到媒体平台上，促使新媒体传播向多元化方向发展[6]。利用大数据背景，社会各行各业都利用新媒体平台发布信息。在媒体融合中，需要不断创新与改进，积极使用新的方法、思路和措施，使新媒体与传统媒体的融合方式越来越多。不只是图片、文字以及视频，而且可以创建 4D 模式，给受众带来一种全新的多感官体验，保证受众可以在接收到各种信息的同时，让每个受众都可以发布信息。作为传统媒体，在发展过程中可以借助新媒体的传播特点，促进自身得到更好的发展。

结语

在大数据背景下，新媒体与传播媒体融合的关键是数据价值。对于传统媒体而言，其在发展过程中要合理利用有效的资源，及时找到准确的定位，利用自身的优势，积极与新媒体融合，从而达到共同发展的最终目的。在某种意义上，这样不仅为人们的生活带来便利，而且可使我国媒体行业发展得越来越好。媒

参考文献

[1] 张砚．大数据背景下传统媒体与新媒体融合发展战略研究 [J]. 传播力研究，2018（07）：74.
[2] 金钲凯．试论基于大数据背景下的媒体融合发展战略 [J]. 新闻传播，2018（03）：68-69.
[3] 李晓霞．大数据背景下传统媒体与新媒体融合发展战略 [J]. 西部广播电视，2017（23）：56.
[4] 高松．大数据背景下媒体融合发展路径浅析 [J]. 传播力研究，2017（05）：74-75.
[5] 杨春竹，李志宏．基于大数据背景下的传统媒体与新媒体融合发展模式研究 [J]. 新闻传播，2017（04）：51，53.
[6] 陈寿富．大数据背景下传统媒体与新媒体融合发展战略 [J]. 江淮论坛，2016（04）：140-144.

（作者单位：中国音乐学院）